

vieläpä palkkasivat vaikeuksiin ajautuneen professorin lähes kiistämään nuo riskit.

Tuomioistuinkritiikkiin kuuluu se tosiasia, että Ahon leskelle ei miehen kuoleman jälkeen korvattu menetystä rahalla. En ole juristi enkä ryhdy arvioimaan päätöksen pätevyyttä.

Tärkeän roolin kirjassa saa Raimo Lintuniemi, jonka muistan joskus tavanneeni. Hän on tehnyt reippaasti ja rohkeasti työtä sotkeakseen asiat, ja koko tupakkateollisuus on ollut samoilla linjoilla. Vasten tahtoaankin täytyy ”ihailla” tupakan

haittojen vähättelyä, joka on ollut punaisena lankana kamppailussa. Toinen nimi esiintyy vain vähäsen, mutta on tärkeä. Amer Oy:n tuore toimitusjohtaja Olli Laiho myönsi 9.1.1990 Helsingin Sanomissa, että tupakka aiheuttaa syöpää. Häätäntynyt Laiho pyörsi syntyneen kohun vuoksi puheensa ja sanoi, että tupakan ja syövän yhteys on osoitettu vain tilastollisesti. Tupakka-alan omalaatuisessa ajattelutavassa ”vain tilastollisuus” on muka pelastava tekijä. Joka tapauksessa Laihon ura myrkyn myynnissä jäi lyhyeksi.

Olen lukenut Aurejärven kirjan ilman tunnonvaivoja, ja tämän täytyy johtua siitä, että en ole koskaan tupakoinut. Sen myönnän, että nuorukaisena vedin muutaman savukkeen enkä lainkaan pitänyt niistä.

Tupakkateollisuus on nyt uusilla linjoilla sen jälkeen, kun monissa maissa – USA ja Suomi kahtena niistä – savukerasiaan on ollut pakko lisätä varoitus ai-
neen vaaroista. Nyt alan tehtaait pyrkivät myymään myrkyä ennen muuta kehitysmaihin.

Uusi näkökulma globalisaatioon

PASI PYÖRIÄ

Keskustelu talouden globalisaatiosta tai ”maapalloistumisesta” jakaa mielipiteet. Siinä missä toisten mielestä globalisaatio aiheuttaa maailmanlaajuisia eriarvoistumista, toiset näkevät sen johtavan aikaisempaa tasaisempaan työnjakoon vauraiden länsimaiden ja kehittyvien talouksien välillä.

Konsensus näyttäisi vallitsevan vain siitä lähtökohdasta, että globalisaatiossa on kyse uudesta kansainvälisen työnjaon mallista, kun aiemmin suljetut taloudet ovat avanneet ovensa ulkomaisille yrityksille ja pääomalle. Tämän seurauksena myös monet suomalaisyritykset ovat merkittävässä määrin ulkoistaneet työpaikkoja halvemman kustannustason maihin. Työ siis siirtyy sinne, missä sen teettäminen on edullisinta. Syystäkin viimeaikaisen globalisaatiokritiikin näkyvin kärki on kohdistunut juu-

ri tähän Kiina-ilmiöksi ristittyyn kehitykseen.

Suomen talouden kannalta globalisaatiossa on sekä hyvät että huonot puolensa. Positiivista on ollut ainakin se, että vientiteollisuutemme johtotähtien imussa vaihtotase on pysynyt ylijäämäisenä ja talous on kasvanut, joskin viime vuosina kasvu on ollut huomattavasti kivuliaampaa kuin vuosituhatteen taitteen teknohuumaan huipentuneella nousukaudella. Negatiivista on taas ollut se, että maamme rajojen sisälle yrityksiin ei ole syntynyt riittävästi uusia työpaikkoja.

Kiina-ilmiön merkitystä aliarvioimatta on kuitenkin syytä muistaa, että vientiteollisuus ei ole koko totuus toimivasta taloudesta. Erityisesti Suomen kaltaisen pienen maan, jonka tuotanto on painottunut varsin kapealle sektorille (metsään ja metalliin sekä elektroniikkaan ja sähkötek-

Elina Grundström (toim.)
Globalisaation portin-
vartijat
Helsinki: Edita & Sitra,
2004
175 s.

niikkaan), on pakko tuoda maahan yhä suurempi osa arkisista kulutustavaroista. Maahantuonnista riippuvaisten erikoiskauppojen ja niiden sisäänostajien voidaankin sanoa toimivan eräänlaisina ”globalisaation portinvartijoina”, joiden työ on sitä haastavampaa, mitä pidemmälle maailmantalouden integraatio syvenee.

Näin Elina Grundström, Irina Haltsonen, Anton Hausen, Jostetta Mykkänen, Mattias Möttölä ja Susanna Särkkä päättävät Sitran rahoittamassa selvityksessä, jonka viesti on tärkeä: kulutustavaroiden tuonti on yksi kes-

keisimmistä globalisaation haasteista, ja samalla sisäänostajista on tullut globaalien tuotantoverkostojen avainhenkilöitä. Koska Suomi on riippuvainen niin autojen, kodinkoneiden kuin vaateteidenkin tuonnista, ei ole yhdentekevää, kuinka hyvin suomalaisyritykset hallitsevat kulutustavaroiden sisään ostamisen.

Kysymys on myös kansantaloudellisesti ja sitä kautta yhteiskunnan kokonaisedun kannalta tärkeä. Esimerkiksi vaateen myyntihinnasta jopa runsaat kaksi kolmasosaa saattaa jäädä Suomeen, jos suunnittelu, markkinointi ja jälleenmyynti ovat kotimaisissa käsissä, Grundström kumppaneineen arvioi. Tämä yksinkertainen esimerkki kertoo siitä, että valmistavan tekstiiliteollisuuden siirtyminen Viron ja Venäjän kaltaisiin halvan työvoiman maihin ei välttämättä merkitse koko vaatebisneksen verotuottojen lopullista karkaamista käsistämme.

Sen sijaan huolestuttavana voidaan pitää sitä Grundströmin kirjoittajaryhmän havaintoa, jonka mukaan suomalaisyritykset eivät pärjää ulkomaisille kauppaketjuille tavarantoimitusverkostojen hallinnassa – suomalaisten osto toimintaa leimaa epäsystemaattisuus, toisinaan jopa impulsiivisuus, kirjoittajat älähtävät.

Päinvastaisia esimerkkejä löytyy lähinaapuristamme Ruotsista. Hennes & Mauritz -nuorisovaatteiden tai Ikean huonekalujen suosio selittyy suurelta osin onnistuneista strategisista kumppanuuksista. Kyseiset yritykset eivät tyydy tekemään ostopäätöksiä satunnaisilla messuilla, vaan sisäänostajat tekevät pitkäjänteistä yhteistyötä valmistajien kanssa, ostavat mahdollisimman suuria valmistuseriä ja ennen kaikkea ovat läsnä siellä, mistä

tavara saa alkunsa. Näin hinta ja laatu saadaan kohdalleen.

Vaikka Grundströmin tutkimusryhmän analyysi, joka perustuu yli sataan kaupan alan ammattilaisen haastatteluun sekä suomalaisissa että ulkomaisissa ketjuissa, varmasti herättää närää kotimaisissa toimijoissa, on selvityksen arvo kiistaton. Suomalaisessa vähittäiskaupassa on pakko olla jotain vikaa, jos todellista hintakilpailua syntyy vasta ulkomaisten ketjujen maihinnousun seurauksena, kuten esimerkiksi elintarvikealalla saksalaisen Lidl:n levittäytyttyä Suomeen.

Kirjoittajaryhmän avaus on erityisen tärkeä siitä syystä, että se herättää pohtimaan nykyisen rakennetyöttömyyden taustoja uudesta näkökulmasta. Vaikka etenkin edullisten käyttövaatteiden tai kulutuselektroniikan kaltaisten hyödykkeiden valmistus ei ole Suomessa kannattavaa, ei ole mitään syytä, miksei tuotesuunnittelua ja markkinointia aina jälleenmyyntiin saakka voi toteuttaa suomalaisvoimin ja kannattavasti. Hyviä esimerkkejä tästä toki löytyy, mutta ei tarpeeksi, kirjoittajat kritisoivat.

Kirjoittajien esittämät suositukset ongelman korjaamiseksi ovat enimmäkseen varsin konkreettisia. Ennen kaikkea kotimaisten ketjujen pitäisi omaksua parhaita käytäntöjä maailman johtavilta ostokoneistoilta. Niiden tulisi tarkentaa tuotekonsepttejaan, lisätä omaa tuotesuunnitteluun ja läsnäoloaan tuotantoalueilla sekä vähentää ostomenetelmien ja alihankkijoiden määrää.

Mitä etua edellisestä sitten seuraisi? Kilpailuedun ohella kirjoittajat hieman yllättäen korostavat yritysten yhteiskuntavastuuta. Nykyistä tiukempi osto toiminnan kontrolli auttaisi yri-

tyksiä lähestymään reilun kaupan pelisääntöjä, kuten boikotoimaan lapsityövoimaa hyväksikäyttäviä alihankkijoita.

Eikö tässä kuitenkin törmätä perustavaa laatua olevaan ristiriitaan? Eivätkö ne suuryritykset, jotka hallitsevat suverenisti globaalien alihankintaketjujensa kiemurat, ole juuri niitä samoja kasvottomia konserneja, joiden armoilla maailman sanotaan makaavan ja jotka ulottavat vallankäyttönsä lonkerot aina politiikkaan ja mediaan saakka?

Ainakaan Grundströmin ja kumppaneiden mielestä suuruus ei aina ole pahasta. Suurilla yrityksillä eettinen tase on usein paremmassa kunnossa kuin pienemmillä kilpailijoillaan, koska suuruus tarjoaa resursseja puuttua toimitusketjun epäkohtiin, kirjoittajat päättelevät. Oli niin tai näin, tohdin kuitenkin epäillä, että globalisaatiokriitikkojen enemmistö ei tätä väitettä purematta niele.

Sen sijaan vähemmän kiistanalainen lieene se kirjoittajien huomio, että tuontikaupan ja kansainvälisen ostotoiminnan tutkimus ja koulutus on nykyisellään lähes olematonta, mikä osaltaan selittää esimerkiksi Hennes & Mauritzin ja Ikean menestystä Suomessa. Vaikka alan koulutusta on varmasti perusteltua kehittää, epäilen silti, ettei se suomalaisen erikoiskaupan kilpailukykyä yksin paranna.

Ehkä tässä suhteessa Siperia opettaa parhaiten. Jos suomalaisittain ajatellen ulkomaisten kauppaketjujen vyörytyksessä on ollut jotain hyvää, on hintakilpailun kiristymisestä ollut etua ainakin kuluttajalle. Ja tehokkaassa markkinataloudessa pelko asiakkaiden menettämisestä jos mikä saa myös yrittäjät teräskäsitämään toimintatapojaan.